



FICHA DE UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular

201322022 - LABORATÓRIO DE MODA E COMUNICAÇÃO

Tipo

Obrigatória

Ano lectivo

2019/20

Curso

Mestrado Design Moda

Ciclo de estudos

1º

Créditos

3.50 ECTS

Idiomas

Português

Periodicidade

semestral

Pré requisitos

Ano Curricular / Semestre

2º / 1º

Área Disciplinar

Ciências Sociais e do Território

Horas de contacto (semanais)

Teóricas	Práticas	Teórico práticas	Laboratoriais	Seminários	Tutoriais	Outras	Total
0.00	0.00	0.00	3.00	0.00	0.00	0.00	3.00

Total Horas da UC (Semestrais)

Total Horas de Contacto
42.00

Horas totais de Trabalho
98.00

Docente responsável (nome / carga lectiva semanal)

Ana Cristina Bolota Valério do Couto

Outros Docentes (nome / carga lectiva semanal)

Ana Cristina Bolota Valério do Couto 3.00 horas

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes)

Explorar os diferentes media usados na comunicação do design de moda.

Saber definir e implementar uma estratégia de comunicação de um projecto de design de moda.

Trabalhar criativamente e de uma forma experimental centrado a coerência da

comunicação do projeto e a procura de uma identidade

Conteúdos Programáticos / Programa

- _ Comunicação - o contexto e a relevância da cultura visual
- _ Exploração dos diferentes media através dos quais a moda é comunicada: fotografia, ilustração, branding, styling, desfiles, instalações, filmes.
- _ A relevância do story telling
- _ A utilização das plataformas digitais
- _ Desenvolvimento do rede de comunicação de moda
- _ Port- Folio

Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular

Sendo uma disciplina de prática laboratorial os conteúdos são sempre trabalhados numa perspectiva de aplicação, por isso são seleccionados trabalhos de comunicação que respondam a uma necessidade real de comunicação.

Os trabalhos propostos na unidade curricular preveem o desenvolvimento de um portfólio pessoal, o desenvolvimento da rede de conhecimento pessoal e ainda o desenvolvimento da página coletiva do mestrado..

Desta forma a aprendizagem é centrada no “saber fazer” e na capacidade de implementação, contextualizada numa reflexão sobre o impacto estratégico dos meios utilizados.

A metodologia de trabalho baseada na resposta a um briefing real, implica a aplicação de metodologias e ferramentas para a integração da visão estratégica no programa de comunicação, assim desenvolver as capacidades de gestão de projetos complexos.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A avaliação é contínua, e os critérios de avaliação integram a gestão e desenvolvimento do processo, a criatividade das propostas, capacidade de cooperação, participação e empenho.

Os exercícios integram o desenvolvimento da rede pessoal de informação, conhecimento e inspiração e contactos e do port-folio digital e em plataformas.

Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular

Bibliografia Principal

Toledo, Isabel, (2012) "Roots of Style: Weaving Together Life, Love, and Fashion," published this month by Celebra

Sheridan, J. (2010) Fashion, Media, Promotion: The new black magic

Palmer, A. (2009) The Fabric of Cultures: Fashion, Identity and Globalization

Miller, D. (nd) Clothing as Material Culture, Oxford Berg

Davies, F. (1992) Fashion, Culture and Identity <http://www.bergfashionlibrary.com>

Volume 28, Number 3 Summer 2012 Design Things and Design Thinking: Contemporary Participatory Design Challenges Erling Bjögvinnsson, Pelle Ehn, Per-Anders Hillgren

Dropbox disciplina

Bibliografia Complementar



CURRICULAR UNIT FORM

Curricular Unit Name

201322022 - Fashion and Communication Lab

Type

Obrigatória

Academic year

2019/20

Degree

Mestrado Design Moda

Cycle of studies

1º

Year of study/ Semester

3.50 ECTS

Lecture language

Português

Periodicity

semestral

Prerequisites

Unit credits

2º / 1º

Scientific area

Ciências Sociais e do Território

Contact hours (weekly)

Theoretical	Practical	Theoretical-practicals	Laboratory	Seminars	Tutorial	Other	Total
0.00	0.00	0.00	3.00	0.00	0.00	0.00	3.00

Total CU hours (semestrial)

Total Contact Hours

42.00

Total workload

98.00

Responsible teacher (name /weekly teaching load)

Ana Cristina Bolota Valério do Couto

Other teaching staff (name /weekly teaching load)

Ana Cristina Bolota Valério do Couto 3.00 horas

Learning objectives (knowledge, skills and competences to be developed by students)

Explore the different media used in fashion communication.
Define and design a communication strategy for a fashion project.
Enhance creativity in communication strategy

Syllabus

- _ Exploring the different media through which fashion is communicated: photography, illustration, branding, styling, parades, facilities, movies.
- _ The relevance of story telling
- _ The use of digital platforms
- _ Development of fashion communication network
- _ Port- Folio

Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives

Learning is centered on “doing and thinking” contextualized in cultural issues and on the impact of the choices made,. Application of methodologies and tools for the integration of the strategic vision in the communication plan

Teaching methodologies (including evaluation)

Evaluation criteria;
The understanding of the context and problem ,
The management of the process
Creativity of responses,
Capability to cooperate, and commitment.

Demonstration of the coherence between the Teaching methodologies and the learning outcomes

Learning is centered on “doing and thinking” contextualized in cultural issues and on the impact of the choices made,.
Reinforcement of "thinker and doer" skills through the application of different tools
Reinforcement of the role of the designer as a “problem solver”, and as an active agent in social transformation.

Main Bibliography

Toledo, Isabel, (2012) Roots of Style: Weaving Together Life, Love, and Fashion,” published this month by Celebra
Sheridan, J. (2010) Fashion, Media, Promotion: The new black magic
Palmer, A. (2009) The Fabric of Cultures: Fashion, Identity and Globalization
Miller, D. (nd) Clothing as Material Culture, Oxford Berg
Davies, F, (1992) Fashion, Culture and Identity <http://www.bergfashionlibrary.com>
Volume 28, Number 3 Summer 2012 Design Things and Design Thinking: Contemporary

Participatory Design Challenges Erling Björgvinsson, Pelle Ehn, Per-Anders Hillgren
Dropbox disciplina

Additional Bibliography